

ABSTRAK

Pemilih muda dalam kategori politik adalah masyarakat muda yang berusia 17-30 tahun. Orientasi politik pemilih muda ini selalu dinamis dan akan berubah-ubah mengikuti kondisi yang ada dan faktor –faktor yang mempengaruhinya. Termasuk juga yang terjadi pada penurunan tingkat partisipasi politik pemilih muda saat ini. Partisipasi politik yang rendah pada umumnya mengindikasikan bahwa rakyat kurang menaruh apresiasi atau minat terhadap masalah atau kegiatan kenegaraan. Rendahnya tingkat partisipasi politik rakyat direfleksikan dalam sikap golongan putih (golput) dalam pemilu.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi komunikasi politik Ayo Vote melalui Twitter dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih muda. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi politik Ayo Vote dalam memahami khalayak, Ayo Vote menemukan bahwa sebagian besar pemilih muda apatis terhadap politik. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya faktor pendidikan, ekonomi, lingkungan sosial dan media sosial, sehingga penggunaan media sosial dirasa efektif untuk menjangkau pemilih muda.

Dalam penyusunan pesan-pesan komunikasi di Twitter, Ayo Vote menyesuaikan situasi dan kondisi pemilih muda dengan menggunakan metode *redundancy* (mengulang-ulang), *canalizing* (saluran dan kelompok tertentu), *informative* dan *educative*. Untuk pemilihan media sendiri Ayo Vote menggunakan keseluruhan media, baik *online* maupun *offline*. Namun yang menjadi media utama adalah Twitter. Dari strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Ayo Vote di harapkan dapat menjadi acuan untuk organisasi politik lainnya dalam merumuskan serta membuat strategi yang nantinya akan di gunakan dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih muda

Kata Kunci: strategi komunikasi politik, media sosial, twitter, Ayo Vote

ABSTRACT

Young voters in the political category is young people aged 17-30 years. Political orientation of young voters is always dynamic and will change following the existing conditions and the factors that influence it. Included also happens to decreased levels of political participation of young voters this time. Low political participation generally indicates that less people put appreciation or interest in the issue or state activities. The low level of political participation of the people is reflected in the attitude of the white group (abstentions) in the election.

This study aimed to describe the political communication strategies Ayo Vote via Twitter in increasing the political participation of young voters. This research is qualitative with descriptive design. The results showed political communication strategies Ayo Vote in understanding audiences, Ayo Vote found that the majority of young voters apathetic about politics. It is caused by several factors, including factors of education, economy, social sphere and social media, so it is considered effective use of social media to attract young voters.

In the preparation of the communication messages on Twitter, Let's Vote adjust the situation and condition of the young voters using redundancy (repeating), canalizing (channel and a particular group), informative and educative. For the selection of the media itself Ayo Vote using the entire media, both online and offline. However, the main medium is Twitter. Of political communication strategy undertaken by Ayo Vote is expected to be a reference to other political organizations in formulating and create a strategy that will be used to increase the political participation of young voters

Keywords: strategies of political communication, social media, twitter, Ayo Vote